



Specjalność społeczna

Kierownik specjalności:
dr hab. Wojciech Cwalina



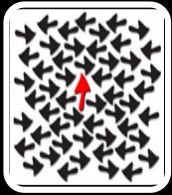
Specjalność społeczna UMCS

- specjalność społeczna obejmuje najnowsze i szerokie obszary współczesnej psychologii społecznej
- **teoria:** tematyka specjalności obejmuje obszary psychologii z pogranicza zarządzania, socjologii, ekonomii, marketingu i reklamy a także politologii
- **praktyka:** studenci zdobywają umiejętności z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi, stosowania psychologii w biznesie, planowania i samodzielnej analizy badań (dotyczących zjawisk społecznych), planowania i analizy kampanii reklamowych, wpływu otoczenia fizycznego na dobrostan psychiczny
- **zajęcia:** przedmioty na specjalności można podzielić na 4 bloki...



Blok 1. Zaawansowana psychologia społeczna

- **Poznanie społeczne** (jak ludzie myślą o świecie społecznym, jak selekcjonują, interpretują i wykorzystują informację o sobie i innych?)
- **Psychologia pozytywna** (co sprawia że ludzie są szczęśliwi? jak uczyć się optymizmu?)
- **Psychologia wpływu społecznego** (jak ludzie wywierają wpływ na innych? jak bronić się przed manipulacją?)
- **Psychologia środowiskowa** (jak nasze otoczenie fizyczne (środowisko) wpływa na to kim jesteśmy i jak się zachowujemy?)
- **Psychologia temporalna** (jakie są mechanizmy oddziaływania czasu w umyśle człowieka?)



Blok 2. Analiza współczesnych zjawisk społecznych

- **Konflikty społeczne** (źródła, mechanizmy, dynamika i konsekwencje konfliktów, sposoby ich rozwiązywania i zapobiegania im)
- **Psychologia terroryzmu** (geneza i formy terroru, terroryzm a fundamentalizm religijny, psychologiczny profil terrorysty)
- **Psychospołeczne uwarunkowania patologii i Patologie w relacjach międzyludzkich** (profilaktyka i przeciwdziałanie patologiom społecznym, m.in. przemocy, uzależnieniom, prostytucji, korupcji i samobójstwom)
- **Człowiek w sytuacji kryzysu** (specyfika, mechanizmy i kształtowanie umiejętności radzenia sobie w sytuacjach kryzysowych)



Blok 3. Psychologia w biznesie

- **Zarządzanie zasobami ludzkimi** (prowadzenie efektywnej polityki kadrowej w firmie, system rekrutacji, oceny, wynagradzania i motywowania pracowników)
- **Psychologia społeczna w zarządzaniu organizacją** (stosowanie wiedzy z obszaru psychologii społecznej w zarządzaniu przedsiębiorstwem)
- **Psychologia stresu zawodowego** (uwarunkowania i profilaktyka stresu w miejscu pracy)
- **Public relations** (PR jako narzędzie budowania tożsamości organizacji i wizerunku firmy lub instytucji)
- **Podstawy marketingu politycznego** (psychologiczne mechanizmy zachowań wyborczych, tworzenie wizerunku kandydata, wykorzystanie mediów w komunikacji politycznej)



Blok 4. Psychologia ekonomiczna

- **Psychologia zachowań konsumenckich** (poznawcze i emocjonalne mechanizmy zachowań na rynku produktów i usług, preferencje i postawy konsumenckie)
- **Podstawy psychologii ekonomicznej** (psychologia zachowań rynkowych, podejmowania decyzji finansowych, przedsiębiorczości, postaw wobec pieniądza)
- **Psychologiczne aspekty reklamy** (budowanie skutecznego przekazu reklamowego, wizerunku marki czy produktu)
- **Badania marketingowe** (ilościowe, jakościowe i eksperymentalne badania postrzegania produktów, marek oraz kampanii marketingowych)



Kadra dydaktyczna

Pracownicy Katedry Psychologii Społecznej

- dr hab. Wojciech Cwalina – kierownik specjalności
- prof. dr hab. Adam Biela
- dr hab. Grażyna Kwiatkowska
- dr Barnaba Danieluk – koordynator specjalności
- dr Paweł Koniak
- dr Krzysztof Leoniak
- dr Maria Sidoruk
- dr Jolanta Wolińska
- mgr Anna Stachyra-Sokulska

Współpracujący praktycy

- mgr Rafał Muda (Centrum Badawcze FLOW)





Perspektywy zawodowe

- agencje reklamowe, działy marketingu i sprzedaży, firmy badawcze (badania rynku, opinii publicznej)
- działy *Human Resources*, *Public Relations*
- media, działy komunikacji społecznej, sztaby wyborcze
- firmy doradcze, konsultingowe, szkoleniowe
- urzędy administracji rządowej i samorządowej, organizacje pozarządowe

Leo Burnett



PUBLICIS



P&G



AMNESTY
INTERNATIONAL

